

POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Tomáš Pata

Název práce: Marketingový výzkum o merchandisingu české fotbalové reprezentace

Cíl práce: prostřednictvím marketingového výzkumu zjistit spokojenost přímých diváků na stadionu s užitky fotbalového utkání

Náročnost tématu na:

- teoretické znalosti	podprůměrné	průměrné	nadprůměrné
- vstupní údaje / jejich zpracování	podprůměrné	průměrné	nadprůměrné
- použité metody	podprůměrné	průměrné	nadprůměrné

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	Výborně
Samostatnost při zpracování tématu	Výborně
Logická stavba práce	Výborně
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Výborně
Adekvátnost použitých metod	Výborně
Hloubka tématické analýzy, přínos diplomanta	Výborně
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Výborně
Stylistická úroveň	Velmi dobře (viz připomínka 1)

Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení:

Diplomová práce v rozsahu 90 stran textu, 6 obrázků, 1 tabulku, 33 grafů a 2 přílohy je zaměřena na marketingový výzkum merchandisingu české fotbalové reprezentace. Prezentuje 40 titulů citovaných zdrojů. Diplomová práce prezentuje velmi rozsáhlá teoretická i metodologická východiska – 30 stran práce. Velmi kladně lze hodnotit autorovy komentáře k citovaným teoretickým východiskům. Práce byla náročná především ve sběru dat a jejich zpracování, vzorek výzkumu tvořilo 497 respondentů. Výsledky výzkumu jsou přehledně zpracovány a interpretovány včetně diskuze k ověřování hypotéz. Zároveň autor výsledky prezentuje pečlivě grafy se specifickým vizuálně přehledným designem.

Připomínky:

- 1) autor místy používá i zvláštní výrazy např.s. 11 „sorta lidí“, s. 11- 12 používání velkých písmen,s. 63 – gramatická chyba, titul 18 – jména autorů uvedena ve zvláštním tvaru
- 2) u publikace č. 2 cituje autor starší vydání publikace, přestože existuje novější, které se v rozšířeném ohledu věnuje problematice marketingu
- 3 pojem merchandising, sportovní merchandising na s. 19, 20 by si zasluhoval hlubší vysvětlení
- 4) s. 86 – k bodu 2 – doporučení: možná,že právě ženy nakupují produkty pro muže

Otázky k obhajobě:

- 1) Jaký způsobem byl vytvořen vzorek výzkumu?
- 2) Mohl byste interpretovat výsledky podobných výzkumů ze zahraničí? Jaké jsou rozdíly pojetí merchandisingu u nás a zahraničí? Bude Česká fotbalová reprezentace pracovat se získanými výsledky?

3) Uveďte, na základě kterých skutečností jste doporučoval konkrétní produkty pro rozšíření sortimentu nabídky? Je to Vaše doporučení nebo doporučení respondentů – z textu s. 72 to není zřejmé (předvybrané produkty)?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: výborně

V Praze dne 6.9.2011

.....
Doc. Ing. Eva Čáslavová, CSc.